



Значение Анимационных Программ В Процессе Питания Туристов

¹ Рахимова Дилором Сулаймоновна

Received 26th Dec 2022,
Accepted 19th Jan 2023,
Online 27th Feb 2023

¹ Магистрант Бухарского
Государственного Университета,
Узбекистан

Аннотация: В этой статье основное внимание уделяется важности анимированных видов обслуживания в ресторанах. Потому что в настоящее время использование услуг аниматора для местных жителей и туристов в заведениях общественного питания - это повод для них расслабиться и привлечь больше клиентов в будущем. Учитывая увеличение числа клиентов, это определенно пойдет на пользу ресторанам. В статье также приводится информация о различных анимационных программах для ресторанов и обсуждаются их преимущества. Организация питания (обед или ужин) с использованием анимационных программ, особенно в туристических ресторанах, также производит положительное впечатление на гостей.

Ключевые слова: анимация, турист, анимационная программа, питание, ресторан, услуги, аниматор.

ВВЕДЕНИЕ

Сфера питания давно уже не ассоциируется только с употреблением пищи. Важное место в ней занимает досуг и отдых. Одним из элементов досуга является анимационная программа, которая может являться одним из способов увеличения гостевого потока. В предприятиях индустрии гостеприимства формируются целые комплексы, организующие не только приёмы пищи посетителей, но и их досуг и отдых. Анимация в сфере общественного питания носит многосторонний характер, соответствующий разнообразию потребностей, интересов и запросов отдыхающих. Назначение анимации состоит в приобщении человека к культуре разных народов мира не только на основе творчества, раскрытия интеллектуальных возможностей личности, создания условий для снятия психологического напряжения, включения в реальную жизнь, раскрепощения инициативы, но и с использованием ресторанной анимации. Анимационное обслуживание является важным элементом в гостеприимстве, так как позволяет создать комфортные условия для клиентов. Хорошо отработанное анимационное обслуживание является большим конкурентным преимуществом, позволяющим не только удерживать постоянных посетителей, но и привлекать новых.

Анимация – это услуга для повышения качества обслуживания, своеобразная форма рекламы, для повторного привлечения туристов. Целью анимации является продвижение туристского продукта для повышения доходности и прибыльности турбизнеса. Рекреационные функции туристской

анимации заключаются в удовлетворенности туриста отдыхом – в его хорошем настроении, положительных впечатлениях, восстановлении физических и моральных сил [1].

Понятие «анимация» означает воодушевление, одухотворение, стимулирование жизненных сил, вовлечение в активность. Впервые термин «анимация» появился в начале XX в. Во Франции в связи с введением закона о создании различных ассоциаций, который вызывал живой интерес к культуре, художественному творчеству [2].

Анимация – это разновидность туристской деятельности, осуществляемой на туристском предприятии (туркомплексе, отеле, круизном теплоходе, поезде и т.д.), которая вовлекает туристов в активное действие при проведении разнообразных мероприятий [3].

Анимационная программа – комплекс мероприятий спортивного и развлекательного характера, которые входят в сферу рекреационных и духовных интересов туристов и разрабатываются для проведения ими свободного времени [4].

Туристская анимация выполняет в основном две функции: спортивно-оздоровительную и познавательную. При соответствующих условиях выполняется и лечебная функция.

Типы и виды анимационных мероприятий на различных направлениях туристской деятельности во многом отличаются. Анимационные программы делятся на типы:

- ✓ Санаторно-оздоровительный, зависит от состояния здоровья человека. В этом типе анимации предусмотрены специальные оздоровительные программы в игровой форме, прогулки по терренкурам с гидами и т.п.
- ✓ Природно-рекреационный тип. Все мероприятия зависят от местонахождения, которое выбирает сам турист. Программа – пикники на природе с элементами различных подвижных игр, общение с домашними и экзотическими животными, наблюдение за дикими животными, зоотерапия и т.п.
- ✓ Спортивно-зрелищный тип зависит от физических возможностей и увлечений туристов. В перечне предложенных программ могут быть занятия спортом и наблюдение за спортивными соревнованиями, спортивными танцами и т.п.
- ✓ Культурно-развивающий тип, зависящий от желания туристов познать окружающий мир через произведения искусства. Вид анимационного мероприятия: исторический, культурный, музейный туризм – обращение к произведениям искусства, знакомство с памятниками, архитектурой городов, посещение международных кинофестивалей, театрально-зрелищных мероприятий и т.п.
- ✓ Зрелищно-развлекательный тип, целью которого является стремление туриста отвлечься от повседневности. Ему сопутствуют виды событийного туризма (карнавалы, фестивали, шоу, квесты) и т.п. [5].

К видам анимационных программ можно отнести следующие:

- Специализированные анимационные туристские маршруты;
- Дополнительные анимационные услуги в технологических перерывах;
- Зрелищно-развлекательные;
- Приключенческо-игровые;
- Познавательные;
- Экскурсионные;

- Спортивные, спортивно-оздоровительные программы, спортивно-развлекательные;
- Обучающие;
- Любительские программы;
- Комплексные программы, комбинируемые из однородных программ [6].

Существуют следующие формы анимационных программ:

- Туристско-оздоровительные, включающие в себя поход, слет, туристские соревнования.
- Спортивные анимационные программы – предназначены для туристов, увлекающихся тем или иным видом спорта и приехавших в спортивно-туристский комплекс для занятий спортом по определенной системе тренировок в сочетании с отдыхом. Спортивная анимация направлена на укрепление здоровья и относится к активным видам анимационной деятельности.
- Спортивно-оздоровительные программы отличаются от спортивных тем, что они рассчитаны на туристов, любителей активного отдыха, для которых туркомплекс – это единственное место и возможность восстановления сил и здоровья через активные физические нагрузки в условиях чистой природы и чистого воздуха.
- Спортивно-развлекательные программы ориентированы на туристов любого возраста. Они строятся на вовлечении туристов в активное движение через заманчивые, увлекательные, веселые конкурсы и состязания.
- Спортивно-познавательные программы строятся на приобщении туристов к духовно-нравственным ценностям в процессе активного отдыха (походы, пешеходные экскурсии, во время которых происходит воссоединение с природой, знакомство с окружающей средой).
- Экскурсионные программы состоят из различных видов экскурсий, а обучающие программы помогают туристам приобрести различные умения и навыки (в плавании и других различных видах спорта, ремесел) [7].
- Культурно-познавательные анимационные программы строятся на приобщении туриста к культурно-историческим и духовным ценностям нации, страны, местного населения и включают: посещение музеев, театров, художественных галерей, парков, выставок, национальных фольклорных мероприятий, концертов, вечеров поэзии, встреч с известными деятелями культуры. Некоторые из этих программ зависят от платежеспособности туристов, уровня их интеллектуального развития.
- Приключенческо-игровые анимационные программы строятся на соприкосновении туриста с интересным, волнующим, необычным (например, участие в ролевых играх и конкурсах, посещении пещер, пиратской вылазке, вечере народных преданий и легенд, ночном походе, ночном спуске на горнолыжном курорте, в тематическом пикнике). Эти программы имеют спрос независимо от возраста, пола, национальности, образования отдыхающих.
- Любительские (творческо-трудовые) анимационные программы строятся на привлечении туристов к творчеству, сотворчеству, состязанию в изготовлении местных поделок, что вызывает у них интерес к национальным особенностям местного населения. После участия в такой программе гость отмечает, что он научился общению на местном национальном языке, познакомился с национальными музыкальными инструментами, танцами, кухней и т.д. Формы проведения этих программ могут быть самыми разнообразными: аукцион поделок из природных материалов, конкурс любительской фотографии, фестиваль авторских стихов и песен, концерт вокальных и инструментальных исполнителей, выставка детского рисунка, песочной скульптуры и т.д. [7].

- Зрелищно-развлекательные анимационные программы включают: праздничные мероприятия, конкурсы, фестивали, карнавалы, тематические дни, ярмарки, дискотеки, танцевальные вечера, концерты художественной самодеятельности, шоу и т.д.
- Анимационные программы типа «общение по интересам» являются комбинациями из упомянутых программ, которые проходят в непринужденной, комфортной обстановке располагающей к общению соответственно интересам, желаниям, темпераментам, национальностям и т.д. [7].

Ресторанная анимация – это новая досуговая деятельность, предлагаемая в ресторанах, кафе и других предприятия общественного питания, которая в той или иной форме существовала также ранее, но имела иные способы выражения. Издавна в ханы, таверны, харчевни и иные места для проживания и питания путников заманивали гостей развлекательными мероприятиями и состязаниями. Проследим историческую и культурную линию изменения организации досуга с тех самых пор, как появилась необходимость устройства удобств для путешествий, подготовка развлечений для странников, а также переустройства ее в определенные, четкие сервисные услуги.

Е. С. Оробейко считает, что «анимационная деятельность» ресторанного комплекса – многофункциональная система, творческие функции которой аккумулированы в методической подсистеме. Ее задача заключается в модификации информации в образно-художественный метод влияния на аудиторию. Для того чтобы эта задача была решена, необходимы специалисты в области сценарного и режиссерского искусства, которые являются менеджерами ресторанной анимации. С помощью их работы идеи реформируются в некоторые действия участников культурно-досуговой программы. В результате профессиональной работы анимационного ресторанного менеджера является анимационная культурно-досуговая программа, которая должна создавать те условия, которые будут направлены на активную деятельность посетителей и культурно-содержательное воплощение их досуга. Творческая организация анимационной программы, формирующая художественный образ, оставляет впечатление, дает толчок на активацию деятельности участников – профессиональная миссия режиссера. Исходя из этого, менеджеру ресторанной анимации нужно изучать азы режиссерского и сценарного искусства, чтобы использовать методику достижения технологического результата своей профессиональной деятельности [8]. В. И. Богушева отмечает, что существует ряд методических исключений режиссуры анимационных культурно-досуговых программ в ресторанном комплексе. Как известно, анимационный менеджмент основывается на побуждении активности личности путем живого общения. Исходя из этого ключевой творческой задачей режиссера анимационной программы в ресторанном комплексе является налаживание и устройство общения с гостями, приводящее к активации их досуговой работы. Для этого он использует методы культурно-досуговой деятельности, комбинируя их со средствами, предоставляемыми ресторанном комплексом, делая упор на знания специфики прохождения технологического процесса в ресторанной сфере [9]. В исследованиях этого мы можем сказать, что такое культурно-досуговая деятельность, когда она возникла, также на сколько тесно культурно-досуговая деятельность связана с анимацией.

Анимационные программы влияют на жизнь предприятия питания даже в большей степени, чем качество обслуживания, так как развлечения - это главная составляющая любого вечера. Многие заведения в планировании какой-либо анимационной программы отталкиваются именно от тематики проведения вечера. Проводя время в ресторане, человек или группа людей удовлетворяет свои духовные потребности, оценивает собственную личность, анализирует свою роль в масштабах различных подсистем. Процессы развлечения осуществляются как в искусственной, так и в естественно созданной обстановке. Индустрия развлечений ставит своей

целью создание условий развлечения, т.е. совокупности явлений, от наличия которых зависит процесс развлечения [10].

Социальная направленность развития индустрии развлечений находит своё выражение в том, чтобы служить формированию новых личных и общественных потребностей, а также проявлению и развитию потребностей при сложившихся предпосылках. Индустрия развлечений, решая многогранные задачи (прежде всего воспитания, формирования оптимистического настроения, образования, отдыха развития культуры человека) по сути своей формирует и развивает личность. Заполняя развлечениями часть своего свободного времени человек восстанавливает себя и как трудовую единицу.

Опыт развития индустрии развлечений в различных странах позволяет представить принципиальный состав ее самостоятельных единиц. Предложение алкогольных напитков в неограниченном количестве привлекает посетителей и делает клубу не малое посещение, а соответственно хорошие продажи билетов или денег за вход. В последнее время очень популярна тенденция устанавливать временные рамки бесплатного входа в клуб, тем самым подстраивая под себя работу заведения и направляя поток посетителей в нужное время удобное персоналу не только для большей продуктивности, но и заполнения так называемых часов затишья. Предложения напитков или блюд комплиментом от заведения, бесплатный вход по дресс-коду в кафе и рестораны тоже очень популярен и чаще всего он проводится на какие либо тематические вечеринки такие как бал маскарад, хэлоуин, вечер костюмов или вечерних платьев. Дресс-код (англ. dress code – кодекс одежды) – форма одежды, требуемая при посещении определённых мероприятий, организаций, заведений [11].

Организация тематического мероприятия – дело очень сложное и, главное, подойти к этому творчески. Организуя тематические мероприятия, аниматорам следует быть максимально изобретательными, позаботиться, чтобы он был обличен в яркую эмоциональную форму, чтобы никто не уходил с вечера равнодушным или унылым. Наравне с устными выступлениями обычно широко используются наглядные и художественные иллюстрации, которые не только дополняют, но и обогащают как каждое отдельное выступление, так и всю тему. Хорошо, когда демонстрируются образцы продукции, новые методы работы, схемы, диаграммы, действующие модели машин, показываются сцены из спектаклей, фрагменты из кинофильмов, произведения изобразительного искусства, исполняются различные музыкальные произведения. Работу по подготовке и проведению той или иной анимационной программы можно разделить на несколько этапов.

Первый этап (самый большой и ответственный этап) – подготовительный, он включает в себя:

- анализ предлагаемых анимационных программ;
- определение задач и целей;
- выбор времени и места проведения программы;
- проектирование анимационной программы с учетом возрастных, этнических и других особенностей потребителей данной услуги;
- создание и подбор сценариев анимационных мероприятий, включенных в программу;
- составление сметы расходов на проведение анимационной программы;
- подбор творческих коллективов, распределение обязанностей внутри анимационной команды;
- техническую подготовку: изготовление декораций, закупку инвентаря, костюмов, реквизита и т.д.;

- установка звуковой и световой аппаратуры, других технических средств, оформление сцены, изготовление фонограмм и прочее;
- проведение репетиций, обучение правилам игр и прочее;
- проведение рекламной кампании намеченных анимационных мероприятий [12].

Второй этап – это проведение анимационной программы – представляет собой самую ответственную и сложную работу для всех участников. Ведь на этом этапе необходимо соединить усилия всех задействованных аниматоров, преодолеть нервное напряжение и решить поставленные задачи для достижения результатов.

Третий этап – подведение итогов, в ходе которого происходит:

- анализ проведенной программы;
- анкетирование потребителей с последующим анализом;
- работа над усовершенствованием программы.

Итак, технологический процесс, который включает три основных этапа: подготовку; проведение программы и анализ проведенной программы. Если сочетать ресторан с ночным клубом, то усложняется работа музыкального обслуживания. Главным элементом концепции клуба становится лицо диджея, который, создавая музыкальные композиции, формирует особую атмосферу и настроение посетителей. Его основная задача заключается в сочетании музыки с ритмом таким образом, чтобы переход одной композиции в другую был практически незаметным [12]. Так формируется сет, который обеспечивает звучание музыки практически без перерыва. Наиболее квалифицированные диджеи с помощью специальной аппаратуры вставляют в сочетаемые композиции различные акустические эффекты. Диджей может работать в разных стилях, создавая миксы согласно своим представлениям и вкусам. Важно, что должен быть человек артистичный, который способен чувствовать настроение гостей. В клубе могут работать одновременно несколько диджеев. Каждый из них демонстрирует разные течения, стили, направления, использует различные музыкальные приемы. Периодически диджеи на собрании обсуждают особенности созданных ими композиций, способствует дальнейшему развитию этого направления развлечений. Большое значение для обеспечения качественного музыкального обслуживания имеет специальная аппаратура, а также инжиниринг при проектировании, монтаже, установке высококачественного оборудования для фонового озвучивания любых помещений учреждений ресторанного хозяйства.

Исходя из анализа работ: В.В. Богалдина-Малых, Е.С. Оробейко и Л.А. Радченко можем сделать вывод, что анимационные программы являются важной частью сферы деятельности предприятий питания. Работа по подготовке и проведению любой анимационной программы делится на три этапа:

1. подготовительный этап (анализ предлагаемых анимационных программ; определение целей и задач; выбор времени и места проведения программы; проектирование анимационной программы, учитывая все особенности потребителей услуги; создание и подбор сценариев, включенных в программу; подбор творческих коллективов, распределение обязанностей внутри анимационной программы; техническая подготовка; установка звуковой и световой аппаратуры; проведение репетиций; проведение рекламной кампании).
2. Проведение анимационной программы.
3. Подведение итогов (анализ проведенной программы; анкетирование потребителей с последующим анализом; работа над усовершенствованием программы).

При грамотной организации анимационных услуг, они могут продержаться заведение на конкурентном рынке очень долго. Так же они являются мощным двигателем для рекламной компании, так как проведением какой-либо программы в ресторане можно привлечь большее число посетителей и, показав им хороший уровень сервиса и достойную кухню, сделать из них постоянных посетителей. Заведению необходимо постоянно вести деятельность по внедрению новых предложений, акций и их подаче.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На рынке туристских услуг все более значимый вес приобретает культурный туризм и одно из его направлений – анимация. Анимация – это своеобразная услуга, преследующая цель повышения качества обслуживания, и в то же время – это своеобразная форма рекламы, повторного привлечения потребителей, тоже преследующая цель продвижения туристского продукта на рынке для повышения доходности и прибыльности турбизнеса. Анимация является новым направлением по разработке и предоставлению специальных программ во время туристских поездок и путешествий. В настоящее время всё более популярными среди туристов становятся не только экскурсионные, но и анимационные программы, через которые реализуется анимационная деятельность. Анимационная программа – комплекс мероприятий спортивного и развлекательного характера, которые входят в сферу рекреационных и духовных интересов туристов и разрабатываются для проведения ими свободного времени. Анимационные программы одновременно с развлекательными мероприятиями включают в себя разнообразные спортивные игры, упражнения и соревнования.

В настоящее время посещение кафе или ресторана является одним из самых доступных способов проведения досуга у людей. Это обусловлено не только разной ценовой политикой, но и разнообразием кухонь, а так же наличием всевозможных дополнительных услуг. При посещении ресторана гости планируют не только насладиться едой, отметить какой-либо праздник, но и получить новые эмоции, узнать что-то новое для себя, погрузиться в атмосферу гостеприимства, уюта и тепла. Для предприятий общественного питания это желание посетителей является отличной возможностью привлечь большее количество гостей, тем самым увеличив известность заведения и свой доход.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агеева, И.С. Возможности использования анимационных программ в туризме / И.С. Агеева // Молодой ученый [Электронный ресурс] / Челябинский колледж информатики, информационных технологий и экономики. – Электрон. журнал. – Челябинск, 2012. – Режим доступа: [http://magz.elibraries.eu/ul/4295/Молодой%20учёный%202012%2006%20\(Том1\).pdf](http://magz.elibraries.eu/ul/4295/Молодой%20учёный%202012%2006%20(Том1).pdf)
2. Асанова, И.М. Организация культурно-досуговой деятельности [Текст]: Учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования / И.М. Асанова, С.О. Дерябина, В.В. Игнатьева. – Москва: Изд-во Академия, 2013. – 192 с.
3. Байкина, Е.Г. К вопросу о значении анимации в экскурсионной деятельности [Текст] / Е.Г. Байкина // Молодежный научный форум: Гуманитарные науки: сб. ст. по материалам II студ. междунар. заоч. науч.-практ. конф. / Поволжский гос. ун-т сервиса. – Тольятти, 2013. – С. 27–34.
4. Пядушкина, И.И. Анимация в социально-культурном сервисе и туризме [Текст]: Учеб. пособие / И.И. Пядушкина. – Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2011. – 192 с.
5. Газаматова, А.А. Анимационные программы как инструмент развития туризма / А.А. Газаматова, Я.И. Никонова // Международный студенческий научный вестник [Электронный

- ресурс] / Сибирский государственный университет путей сообщения. – Электрон. журнал. – Москва, 2015. – Режим доступа: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=13209>
6. Гальперина, Т.И. Актерское мастерство в деятельности менеджера туристской анимации [Текст]: Учеб-метод. пособие / Т.И. Гальперина. – Москва: Турист, 2012. – 54 с.
 7. Журавлева, М.М. Анимация в рекреации и туристской деятельности [Текст] / Курс лекций / М.М. Журавлева. – Иркутск: Мегапринт, 2012. – 135 с.
 8. Коршунов, Н. В. Организация обслуживания в ресторанах [Текст] / Н. В. Коршунов. – М. : Изд-во «Высшая школа», 1980. – 238 с.
 9. Богушева, В. И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров [Текст] / В. И. Богушева. – Ростов н/Д : Феникс, 2004. – 416 с.
 10. Третьякова, Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] / Третьякова Т.Н. □ М. : «Академия», 2008. – 217 с.
 11. Шаповалов, Н. Н. Организация работы предприятий общественного питания [Текст] / Н.Н. Шаповалов, В.М. Платонов, В.И. Пивоваров. – М. : Экономика, 1990. – 272 с.
 12. Радченко, Л. А. Обслуживание на предприятиях общественного питания [Текст] / Л. А. Радченко. □ Ростов: Феникс, 2003. □ 384 с.

CENTRAL ASIAN
STUDIES